

ANALISIS PENERAPAN INOVASI HARGA DAN DAMPAKNYA TERHADAP DAYA SAING TOSERBA SUNAN DRAJAT JATIROGO

Yeni Setyawati, Eka Suciati, Sri Intan, Marsono
Institut Teknologi dan Bisnis Tuban

Email: yenisetyaw@gmail.com, ekaasuci840@gmail.com, Intansri1305@gmail.com,
sonykupu@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to understand the implementation of innovation and pricing strategies in enhancing the competitiveness of Toserba Sunan Drajat Jatirogo. This research employs a qualitative descriptive approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation conducted with the owner, employees, and customers of Toserba Sunan Drajat Jatirogo. The findings indicate that innovation is implemented through adjustments in product variations, improvements in service quality, and better store management and layout. In addition, the pricing strategy focuses on affordability and alignment with customers' purchasing power, which helps build customer satisfaction and trust. The implementation of innovation and pricing strategies contributes to strengthening the competitiveness of Toserba Sunan Drajat Jatirogo amid retail business competition.

Keywords: innovation, price, competitiveness, retail

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami penerapan inovasi dan strategi harga dalam meningkatkan daya saing Toserba Sunan Drajat Jatirogo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan secara langsung pada pengelola, karyawan, dan konsumen Toserba Sunan Drajat Jatirogo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi diterapkan melalui penyesuaian variasi produk, peningkatan pelayanan, serta pengelolaan dan penataan toko yang lebih nyaman. Selain itu, strategi harga yang diterapkan berorientasi pada keterjangkauan dan kesesuaian dengan daya beli konsumen, sehingga mampu menciptakan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Penerapan inovasi dan strategi harga tersebut berperan dalam meningkatkan daya saing Toserba Sunan Drajat Jatirogo di tengah persaingan usaha ritel.

Kata kunci: inovasi, harga, daya saing, ritel

Article History

Received: December 2025
Reviewed: December 2025
Published: December 2025

Plagirism checker no 1539
Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.359
Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan usaha ritel di Indonesia menunjukkan persaingan yang semakin ketat, tidak hanya antara usaha ritel berskala besar, tetapi juga pada usaha ritel menengah dan kecil seperti toserba. Kondisi ini menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu menyesuaikan diri dengan dinamika pasar dan perubahan perilaku konsumen yang semakin selektif dalam memilih tempat berbelanja. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan ketersediaan

produk, tetapi juga memperhatikan inovasi yang diterapkan serta kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh.

Daya saing merupakan kemampuan suatu usaha untuk mempertahankan eksistensinya dan bersaing dengan usaha lain melalui penciptaan nilai yang lebih baik bagi konsumen. Dalam konteks usaha ritel, daya saing berkaitan dengan kemampuan usaha dalam memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman, pelayanan yang baik, serta harga yang terjangkau. **Sandy, Sefira, dan Yulianto (2020)** menyatakan bahwa daya saing usaha ritel dapat ditingkatkan melalui pengelolaan manajemen yang efektif serta penerapan strategi yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Salah satu strategi yang penting dalam meningkatkan daya saing adalah inovasi. Inovasi tidak hanya dipahami sebagai penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup pembaruan dalam pelayanan, pengelolaan toko, dan proses usaha. **Tania (2024)** menjelaskan bahwa strategi inovasi pengembangan memungkinkan usaha untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan mempertahankan daya saing. Hal ini diperkuat oleh **Sahara dan Sazili (2022)** yang menyatakan bahwa inovasi yang dilakukan secara berkelanjutan dapat meningkatkan ketertarikan dan minat beli konsumen.

Selain inovasi, harga juga menjadi faktor penting dalam persaingan usaha ritel. Harga berperan dalam membentuk persepsi konsumen terhadap nilai suatu produk dan menentukan keputusan berbelanja. **Putri dan Ferdinand (2016)** menyatakan bahwa harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pendapat tersebut didukung oleh **Nuryanti (2017)** dan **Irmawati (2022)** yang menjelaskan bahwa kesesuaian harga dengan kualitas produk dan pelayanan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Toserba Sunan Drajat Jatirogo sebagai salah satu usaha ritel lokal menghadapi persaingan dengan usaha ritel sejenis maupun minimarket modern. Untuk dapat bertahan dan bersaing, Toserba Sunan Drajat Jatirogo menerapkan berbagai strategi, terutama dalam hal inovasi dan penetapan harga. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana inovasi dan strategi harga tersebut diterapkan dalam praktik usaha serta bagaimana perannya dalam meningkatkan daya saing.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk memahami dan mendeskripsikan penerapan inovasi dan harga dalam meningkatkan daya saing Toserba Sunan Drajat Jatirogo melalui pendekatan kualitatif.

1.2 Rumusan masalah

Bagaimana penerapan inovasi dan harga dalam meningkatkan daya saing di Toserba Sunan Drajat Jatirogo?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dan mendeskripsikan penerapan inovasi dan strategi harga dalam meningkatkan daya saing Toserba Sunan Drajat Jatirogo. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana inovasi diterapkan dalam produk, pelayanan, dan pengelolaan usaha, serta bagaimana strategi harga dijalankan sesuai dengan daya beli dan kebutuhan konsumen. Melalui penelitian ini diharapkan

diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai peran inovasi dan harga dalam meningkatkan daya saing usaha ritel.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu manajemen pemasaran dan manajemen ritel, khususnya yang berkaitan dengan inovasi, harga, dan daya saing usaha ritel dalam perspektif kualitatif.

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola Toserba Sunan Drajat Jatirogo dalam mengembangkan strategi inovasi dan penetapan harga yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha ritel lain dalam memahami pentingnya inovasi dan harga sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing usaha.

LANDASAN TEORI

2.1 Daya Saing Usaha Ritel

Daya saing merupakan kemampuan suatu usaha untuk bertahan, berkembang, dan memenangkan persaingan di tengah pasar yang dinamis. Dalam konteks usaha ritel, daya saing tidak hanya diukur dari besarnya penjualan, tetapi juga dari kemampuan usaha dalam memberikan nilai yang lebih baik dibandingkan pesaing, baik dari segi harga, pelayanan, maupun pengalaman berbelanja. Sandy, Sefira, dan Yulianto (2020) menjelaskan bahwa daya saing usaha ritel dapat ditingkatkan melalui pengelolaan manajemen yang efektif, termasuk kemampuan usaha dalam menyesuaikan strategi dengan kebutuhan konsumen dan kondisi pasar. Daya saing juga berkaitan dengan kemampuan usaha dalam menciptakan keunikan yang membedakan dirinya dari pesaing.

2.2 Konsep Inovasi dalam Usaha Ritel

Inovasi merupakan proses pembaruan yang dilakukan oleh usaha untuk menciptakan nilai tambah dan meningkatkan daya tarik bagi konsumen. Inovasi tidak selalu berarti menciptakan produk baru, tetapi juga dapat berupa perbaikan pelayanan, pengelolaan toko, serta penyesuaian terhadap kebutuhan konsumen.

Tania (2024) menyatakan bahwa strategi inovasi pengembangan berperan penting dalam meningkatkan daya saing usaha karena inovasi memungkinkan usaha untuk beradaptasi dengan perubahan pasar. Inovasi membantu usaha untuk tetap relevan dan menarik di tengah persaingan. Dalam konteks ritel, Sahara dan Sazili (2022) menegaskan bahwa inovasi dapat diwujudkan melalui variasi produk, peningkatan kualitas pelayanan, serta strategi pengelolaan usaha yang lebih efektif. Inovasi yang dilakukan secara berkelanjutan mampu meningkatkan minat beli dan loyalitas konsumen.

2.3 Konsep Harga dalam Usaha Ritel

Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh produk atau jasa. Dalam usaha ritel, harga memiliki peranan strategis karena

secara langsung memengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai suatu produk. Putri dan Ferdinand (2016) menyatakan bahwa harga yang kompetitif dapat membentuk keputusan pembelian konsumen, terutama ketika harga tersebut dinilai sesuai dengan kualitas produk yang diterima. Harga tidak hanya dipahami sebagai nominal, tetapi juga sebagai simbol keadilan dan kewajaran dalam transaksi.

Nuryanti (2017) dan Irmawati (2022) menegaskan bahwa kesesuaian antara harga dan kualitas produk maupun pelayanan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen cenderung loyal terhadap usaha yang mampu menawarkan harga yang terjangkau dan transparan.

2.4 Hubungan Inovasi dan Harga terhadap Daya Saing

Inovasi dan harga merupakan dua strategi penting yang saling berkaitan dalam meningkatkan daya saing usaha ritel. Inovasi menciptakan pembeda dan nilai tambah, sedangkan harga membentuk persepsi nilai di benak konsumen.

Sandy et al. (2020) menyatakan bahwa daya saing usaha dapat ditingkatkan apabila strategi inovasi dan pengelolaan harga diterapkan secara konsisten dan sesuai dengan karakteristik pasar. Temuan ini diperkuat oleh Mawarnie dan Fahira (2022) yang menjelaskan bahwa harga yang tepat dan kualitas produk yang baik mampu memperkuat posisi usaha ritel di pasar. Selain itu, Sondak, Tumbel, dan Lintong (2022) menegaskan bahwa harga yang dikelola dengan baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya mendukung keunggulan bersaing usaha.

2.5 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini berangkat dari fenomena persaingan usaha ritel yang semakin ketat, khususnya pada usaha toserba skala lokal yang harus bersaing dengan ritel sejenis dan minimarket modern. Persaingan tersebut menuntut pelaku usaha untuk memiliki strategi yang tepat agar mampu bertahan dan mempertahankan konsumen. Sandy, Sefira, dan Yulianto (2020) menyatakan bahwa daya saing usaha ritel sangat ditentukan oleh kemampuan manajemen dalam merespons dinamika persaingan melalui strategi yang efektif dan adaptif.

Kondisi persaingan tersebut mendorong munculnya kebutuhan akan strategi usaha yang mampu menciptakan nilai tambah bagi konsumen. Dalam konteks penelitian ini, strategi yang menjadi fokus utama adalah penerapan inovasi dan strategi harga. Tania (2024) menjelaskan bahwa strategi inovasi pengembangan merupakan langkah penting bagi usaha dalam menghadapi perubahan pasar dan meningkatkan daya saing. Sementara itu, harga dipandang sebagai elemen strategis yang secara langsung memengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai suatu produk.

Untuk memahami bagaimana strategi inovasi dan harga diterapkan dalam praktik usaha, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara mendalam mengenai pengalaman, pandangan, dan praktik yang dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen. Sahara dan Sazili (2022) menegaskan bahwa pendekatan kualitatif efektif digunakan untuk mengkaji strategi usaha karena mampu menggambarkan proses dan realitas yang terjadi di lapangan secara utuh.

Tahap selanjutnya dalam kerangka pemikiran ini adalah identifikasi penerapan inovasi yang dilakukan oleh Toserba Sunan Drajat Jatirogo. Inovasi dalam penelitian ini mencakup inovasi produk, inovasi pelayanan, dan inovasi pengelolaan toko. Inovasi produk dilihat dari upaya penambahan dan penyesuaian variasi barang sesuai kebutuhan konsumen. Inovasi pelayanan tercermin dari cara karyawan melayani konsumen, sedangkan inovasi pengelolaan toko terlihat dari penataan produk dan pengelolaan ruang belanja. Hal ini sejalan dengan pendapat Sahara dan Sazili (2022) yang menyatakan bahwa inovasi tidak hanya terbatas pada produk, tetapi juga mencakup pelayanan dan pengelolaan usaha.

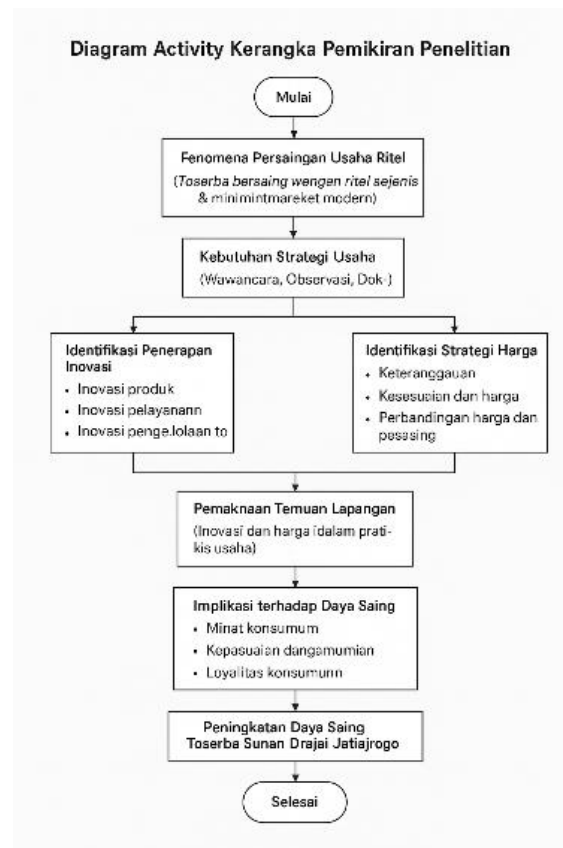
Selain inovasi, penelitian ini juga mengidentifikasi strategi harga yang diterapkan oleh Toserba Sunan Drajat Jatirogo. Strategi harga dianalisis berdasarkan keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, serta perbandingan harga dengan usaha ritel lain di sekitarnya. Putri dan Ferdinand (2016) menyatakan bahwa harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk dapat membentuk keputusan pembelian konsumen. Pendapat tersebut diperkuat oleh Nuryanti (2017) dan Irmawati (2022) yang menegaskan bahwa kesesuaian harga dengan kualitas produk dan pelayanan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Hasil identifikasi penerapan inovasi dan strategi harga kemudian dimaknai berdasarkan temuan lapangan. Pada tahap ini, peneliti mengaitkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana inovasi dan harga dijalankan dalam praktik usaha sehari-hari. Pemaknaan ini dilakukan secara deskriptif untuk melihat bagaimana kedua strategi tersebut dirasakan oleh konsumen dan dijalankan oleh pengelola usaha.

Pemaknaan terhadap temuan lapangan selanjutnya diarahkan pada implikasinya terhadap daya saing usaha. Daya saing dalam penelitian ini dipahami sebagai kemampuan usaha dalam menarik minat konsumen, menciptakan kepuasan, serta membangun loyalitas konsumen. Sondak, Tumbel, dan Lintong (2022) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang mendukung keunggulan bersaing usaha. Selain itu, Mawarnie dan Fahira (2022) menjelaskan bahwa strategi harga yang tepat dapat memperkuat posisi usaha ritel di tengah persaingan.

Tahap akhir dari kerangka pemikiran ini adalah peningkatan daya saing Toserba Sunan Drajat Jatirogo. Peningkatan daya saing dipahami sebagai hasil dari penerapan inovasi yang berkelanjutan dan strategi harga yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan demikian, kerangka pemikiran ini menggambarkan bahwa inovasi dan harga merupakan strategi utama yang digunakan oleh usaha ritel untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan usaha.

Untuk memperjelas alur/kerangka pemikiran penelitian ini, maka disusun kerangka pemikiran yang menggambarkan proses penelitian dari fenomena yang terjadi hingga kesimpulan penelitian. Kerangka pemikiran tersebut disajikan dalam bentuk diagram activity sebagai berikut.



METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam penerapan inovasi dan strategi harga dalam meningkatkan daya saing Toserba Sunan Draji Jatiarjo berdasarkan realitas yang terjadi di lapangan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menggali makna, persepsi, serta pengalaman subjek penelitian secara komprehensif dan kontekstual.

Pendekatan kualitatif sesuai dengan pendapat Sahara dan Sazili (2022) yang menyatakan bahwa penelitian kualitatif efektif digunakan untuk mengkaji strategi usaha dan daya saing karena mampu menggambarkan proses, strategi, serta dinamika usaha secara mendalam. Selain itu, Tania (2024) menegaskan bahwa kajian inovasi dalam konteks usaha memerlukan pemahaman kualitatif agar dapat menjelaskan bagaimana inovasi diterapkan dan dirasakan manfaatnya oleh pelaku usaha dan konsumen.

3.2 Fokus dan Objek Penelitian

Fokus penelitian ini adalah pada penerapan inovasi dan strategi harga dalam meningkatkan daya saing usaha ritel. Fokus tersebut disesuaikan dengan rumusan masalah penelitian, yaitu bagaimana inovasi dan harga diterapkan oleh Toserba Sunan Draji Jatiarjo dalam upaya meningkatkan daya saing.

Objek penelitian adalah Toserba Sunan Drajat Jatirogo, yang dipilih karena merupakan usaha ritel lokal yang menghadapi persaingan dengan toserba sejenis dan minimarket modern. Kondisi ini menuntut adanya strategi inovasi dan penetapan harga yang tepat agar usaha mampu bertahan dan berkembang. Sandy, Sefira, dan Yulianto (2020) menyatakan bahwa usaha ritel yang berada dalam lingkungan persaingan tinggi perlu menerapkan inovasi dan pengelolaan harga yang efektif untuk meningkatkan daya saing.

3.3 Subjek dan Informan Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pihak-pihak yang terlibat langsung dalam aktivitas Toserba Sunan Drajat Jatirogo. Informan penelitian terdiri dari pemilik atau pengelola toserba, karyawan, serta konsumen yang rutin berbelanja. Pemilihan informan dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa informan memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan dengan penerapan inovasi, strategi harga, dan daya saing usaha.

Pemilihan konsumen sebagai informan didukung oleh penelitian Putri dan Ferdinand (2016) serta Mawarnie dan Fahira (2022) yang menyatakan bahwa persepsi konsumen sangat penting dalam menilai harga, inovasi, dan keunggulan bersaing suatu usaha ritel. Sementara itu, pengelola dan karyawan dipilih karena mereka memahami secara langsung strategi yang diterapkan dalam operasional usaha.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara digunakan sebagai teknik utama untuk menggali informasi secara mendalam mengenai penerapan inovasi dan strategi harga. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti memperoleh data yang fleksibel namun tetap terarah sesuai fokus penelitian.

Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung kondisi toserba, meliputi tata letak toko, variasi produk, sistem pelayanan, serta penerapan harga. Observasi ini penting untuk memperoleh gambaran nyata mengenai inovasi yang diterapkan, sebagaimana dikemukakan oleh Sahara dan Sazili (2022) bahwa observasi lapangan membantu memahami strategi usaha secara kontekstual.

Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa catatan penjualan, daftar harga, foto aktivitas toko, dan dokumen lain yang relevan. Tania (2024) menyatakan bahwa penggunaan dokumentasi dalam penelitian kualitatif berfungsi untuk memperkuat temuan hasil wawancara dan observasi.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif deskriptif. Proses analisis dilakukan sejak awal pengumpulan data dan berlangsung secara berkelanjutan. Tahapan analisis dimulai dengan reduksi data, yaitu menyeleksi dan memfokuskan data yang relevan dengan inovasi, harga, dan daya saing.

Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk uraian naratif untuk memudahkan pemahaman. Selanjutnya, peneliti melakukan penarikan kesimpulan berdasarkan pola, tema, dan hubungan antar data. Analisis ini bersifat induktif, yaitu

kesimpulan ditarik berdasarkan temuan di lapangan. Pendekatan analisis ini sejalan dengan penelitian Sandy et al. (2020) yang menggunakan analisis kualitatif untuk menjelaskan peran strategi manajemen dalam meningkatkan daya saing usaha ritel.

3.6 Validitas atau Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga melalui teknik triangulasi. Triangulasi dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar valid dan dapat dipercaya. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari pemilik, karyawan, dan konsumen.

Selain itu, triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Apabila terdapat perbedaan informasi, peneliti melakukan pendalaman kembali hingga diperoleh data yang konsisten. Sahara dan Sazili (2022) menegaskan bahwa triangulasi merupakan teknik penting dalam penelitian kualitatif untuk meningkatkan kredibilitas hasil penelitian. Dengan penerapan triangulasi tersebut, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang akurat dan mendalam mengenai penerapan inovasi dan harga dalam meningkatkan daya saing Toserba Sunan Drajat Jatirogo.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Berdasarkan hasil observasi langsung di lokasi penelitian, Toserba Sunan Drajat Jatirogo merupakan usaha ritel yang melayani kebutuhan pokok dan kebutuhan rumah tangga masyarakat sekitar. Aktivitas operasional toko berlangsung setiap hari dengan tingkat kunjungan konsumen yang relatif stabil, terutama pada pagi dan sore hari. Tata letak toko terdiri dari beberapa rak utama yang disusun berdasarkan kategori produk, seperti bahan pokok, kebutuhan dapur, makanan ringan, dan produk rumah tangga.

Hasil observasi menunjukkan bahwa toserba ini berada di lingkungan masyarakat yang cukup padat dan memiliki beberapa pesaing ritel lain di sekitarnya. Kondisi ini menuntut pengelola untuk menerapkan strategi tertentu agar tetap mampu bersaing. Dari hasil pengamatan, terlihat bahwa pihak toserba berupaya menjaga ketersediaan barang, kebersihan toko, serta keteraturan penataan produk sebagai bagian dari upaya mempertahankan minat konsumen.

4.2 Penerapan Inovasi di Toserba Sunan Drajat Jatirogo

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola, inovasi dipahami sebagai upaya pembaruan yang dilakukan agar toko tetap diminati konsumen. Pengelola menyampaikan bahwa inovasi tidak selalu berupa produk baru, tetapi juga mencakup penyesuaian terhadap kebutuhan konsumen dan perbaikan pelayanan. Pengelola menjelaskan bahwa penambahan variasi produk dilakukan secara bertahap dengan memperhatikan barang-barang yang paling banyak dicari oleh konsumen.

Hasil observasi mendukung pernyataan tersebut, di mana peneliti menemukan adanya variasi produk yang cukup lengkap dibandingkan dengan toko sejenis di sekitarnya.

Selain itu, terdapat upaya penataan ulang rak dan pengelompokan produk agar konsumen lebih mudah menemukan barang yang dibutuhkan. Penataan ini dinilai sebagai bentuk inovasi dalam pengelolaan toko.

Dari hasil wawancara dengan konsumen, sebagian besar menyatakan bahwa perubahan tata letak toko dan kelengkapan produk membuat mereka merasa lebih nyaman saat berbelanja. Konsumen menilai bahwa meskipun toserba berskala lokal, inovasi yang dilakukan cukup membantu dan memberikan kemudahan dalam aktivitas belanja sehari-hari. Temuan ini sejalan dengan pendapat Tania (2024) yang menyatakan bahwa inovasi proses dan pelayanan dapat menciptakan nilai tambah bagi konsumen.

4.3 Penerapan Strategi Harga di Toserba Sunan Drajat Jatirogo

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola, strategi harga yang diterapkan oleh Toserba Sunan Drajat Jatirogo berfokus pada keterjangkauan dan penyesuaian dengan daya beli masyarakat sekitar. Pengelola menyampaikan bahwa penetapan harga dilakukan dengan membandingkan harga pasar serta mempertimbangkan kemampuan ekonomi konsumen agar tetap terjangkau tanpa mengurangi kualitas produk.

Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar produk memiliki label harga yang jelas dan relatif stabil. Peneliti juga mengamati bahwa harga beberapa produk kebutuhan pokok cenderung lebih rendah atau setara dengan toko ritel lain di sekitarnya. Hal ini menunjukkan adanya upaya untuk menjaga daya tarik toko melalui harga yang kompetitif.

Wawancara dengan konsumen menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu alasan utama mereka memilih berbelanja di Toserba Sunan Drajat Jatirogo. Konsumen menyatakan bahwa harga yang ditawarkan dinilai wajar dan sesuai dengan kualitas produk yang diperoleh. Temuan ini mendukung pendapat Putri dan Ferdinand (2016) yang menyatakan bahwa harga kompetitif dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama pada usaha ritel.

4.4 Daya Saing Toserba Sunan Drajat Jatirogo

Daya saing Toserba Sunan Drajat Jatirogo terlihat dari kemampuannya mempertahankan konsumen di tengah persaingan usaha ritel. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola, daya saing dibangun melalui kombinasi inovasi, harga, dan kedekatan dengan konsumen. Pengelola menekankan bahwa pelayanan yang ramah dan responsif menjadi keunggulan yang sulit ditiru oleh ritel modern berskala besar.

Hasil wawancara dengan konsumen menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen merasa nyaman berbelanja di Toserba Sunan Drajat Jatirogo karena suasana toko yang familiar, harga yang terjangkau, serta kemudahan dalam berinteraksi dengan karyawan. Observasi lapangan juga menunjukkan adanya interaksi langsung yang cukup intens antara karyawan dan konsumen, yang menciptakan hubungan emosional dan loyalitas. Temuan ini sejalan dengan pendapat Sandy, Sefira, dan Yulianto (2020) yang menyatakan bahwa daya saing usaha ritel dapat ditingkatkan melalui pengelolaan manajemen yang efektif serta strategi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik konsumen.

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, dapat disimpulkan bahwa inovasi dan harga memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing Toserba Sunan Drajat Jatirogo. Inovasi yang diterapkan dalam bentuk variasi produk, penataan toko, dan pelayanan mampu menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman bagi konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat Sahara dan Sazili (2022) yang menyatakan bahwa inovasi yang berkelanjutan dapat meningkatkan minat dan ketertarikan konsumen.

Selain itu, strategi harga yang berorientasi pada keterjangkauan dan kesesuaian dengan daya beli masyarakat turut memperkuat daya saing usaha. Harga yang wajar menciptakan kepuasan dan kepercayaan konsumen, sebagaimana dikemukakan oleh Nuryanti (2017) dan Irmawati (2022) bahwa kesesuaian harga dengan kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi antara penerapan inovasi dan strategi harga yang tepat mampu meningkatkan daya saing Toserba Sunan Drajat Jatirogo secara berkelanjutan di tengah persaingan usaha ritel.

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa penerapan inovasi dan strategi harga memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing Toserba Sunan Drajat Jatirogo. Kesimpulan ini diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan secara langsung di lokasi penelitian.

Penerapan inovasi di Toserba Sunan Drajat Jatirogo terlihat dalam beberapa aspek, yaitu inovasi produk, inovasi pelayanan, dan inovasi pengelolaan toko. Inovasi produk dilakukan melalui penyesuaian dan penambahan variasi barang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Inovasi pelayanan tercermin dari sikap karyawan yang ramah dan responsif, sedangkan inovasi pengelolaan toko terlihat dari penataan produk yang lebih rapi dan memudahkan konsumen dalam berbelanja. Inovasi-inovasi tersebut memberikan nilai tambah dan menciptakan kenyamanan bagi konsumen, sehingga mendukung peningkatan daya saing usaha.

Selain inovasi, strategi harga juga berperan dalam meningkatkan daya saing Toserba Sunan Drajat Jatirogo. Strategi harga yang diterapkan berorientasi pada keterjangkauan dan kesesuaian dengan daya beli masyarakat sekitar. Harga yang dinilai wajar dan sebanding dengan kualitas produk mampu menciptakan kepuasan dan kepercayaan konsumen. Hal ini mendorong konsumen untuk tetap memilih Toserba Sunan Drajat Jatirogo di tengah banyaknya alternatif tempat berbelanja.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi antara penerapan inovasi yang berkelanjutan dan strategi harga yang tepat mampu meningkatkan daya saing Toserba Sunan Drajat Jatirogo. Daya saing tersebut tercermin dari kemampuan usaha dalam mempertahankan konsumen, menciptakan kepuasan, serta bersaing dengan usaha ritel lain di sekitarnya. Kesimpulan ini menegaskan bahwa inovasi dan harga merupakan strategi penting dalam pengelolaan usaha ritel skala lokal.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

Bagi pihak pengelola Toserba Sunan Drajat Jatirogo, disarankan untuk terus mengembangkan inovasi secara berkelanjutan, baik dalam hal variasi produk, peningkatan kualitas pelayanan, maupun pengelolaan tata letak toko. Inovasi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi konsumen diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan berbelanja dan memperkuat loyalitas pelanggan. Selain itu, pengelola juga disarankan untuk melakukan evaluasi strategi harga secara berkala agar tetap sesuai dengan kondisi pasar dan daya beli konsumen, tanpa mengurangi kualitas produk yang ditawarkan.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan fokus kajian lain yang berkaitan dengan daya saing usaha ritel, seperti kualitas pelayanan, hubungan dengan pelanggan, atau strategi promosi. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan kualitatif dengan cakupan lokasi yang lebih luas atau metode penelitian yang berbeda agar diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi peningkatan daya saing usaha ritel.

Bagi akademisi dan praktisi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan kajian manajemen ritel, khususnya yang berkaitan dengan penerapan inovasi dan strategi harga dalam meningkatkan daya saing usaha ritel skala kecil dan menengah.

DAFTAR PUSTAKA

- Sandy, M., Sefira, R. D., & Yulianto, A. (2020). ANALISIS SISTEM PENGENDALIAN MANAJEMEN DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING:(STUDY KASUS PADA TOSERBA BORMA MAJALAYA). *Jurnal Equilibrium Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Panca Bhakti*, 6(2), 28-38.
- Tania, W. D. A. T. (2024). STRATEGI INOVASI PENGEMBANGAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DI PASAR. *Jurnal Serina Abdimas*, 2(4), 1647-1654.
- Sahara, M. F., & Sazili, S. (2022). Strategi untuk Meningkatkan Daya Saing dan Minat Pembeli pada Toko Gadis Cakes Manna Bengkulu Selatan. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(4), 553-560.
- NURYANTI, N. (2017). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN AIR BERSIH PADA PT. JAYA REAL PROPERTY, Tbk* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Putri, A. L., & Ferdinand, A. T. (2016). Analisis Pengaruh citra toko dan harga kompetitif terhadap keputusan pembelian pada toko HA Laury di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 852-864.

Irmawati, N. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan Toko Saudi desa Klegen kecamatan Comal)* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan).

Sifa, R. (2016). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga, Lokasi dan Word Of Mouth Terhadap Proses Keputusan Pembelian Venus Bakery (Studi Kasus Pada Konsumen Venus Bakery Jalan Pajajaran Bogor Timur)* (Bachelor's thesis, Perpustakaan FEB UIN Jakarta).

Mawarnie, D., & Fahira, D. M. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Toserba Borma Cikutra. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(4), 1723-1729.

Sondak, C., Tumbel, A. L., & Lintong, D. C. A. (2022). analisis pengaruh promosi penjualan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di pt. Indogrosir manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 754-764.

Zam, P. N. E. (2024). *Pengaruh inovasi produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada Breakfast Klub Kayutangan Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).